

---

# Introducció

Aleix Carrió

Tal com apunta Robin Roy<sup>1</sup> a *Can the benefits of Good Design be quantified?* (1994), molts directius d'empreses necessiten ser convençuts a través de dades quantitatives dels beneficis d'apostar pel disseny com a element estratègic i de millorar-ne les pautes de gestió abans de decidir-se a invertir-hi de manera efectiva.

Fins fa ben poc, no existia informació quantitativa de l'impacte directe o indirecte que el disseny té en els resultats de les empreses i sobre l'economia. De fet, l'única informació quantitativa de la qual es disposava era l'obtinguda en estudis sobre l'èxit o fracàs en els processos d'innovació i de desenvolupament de producte<sup>2</sup>.

Alternativament, existia alguna informació obtinguda a partir de la recerca de naturalesa econòmica desenvolupada fins al moment, en la que el disseny ocasionalment es presentava com un factor que incidia, entre molts altres, sobre la competitivitat de les empreses. D'aquesta manera, no és estrany que el disseny i la seva gestió no tinguin avui encara el reconeixement d'altres àrees implicades en el desenvolupament empresarial com són el màrqueting, la comunicació, la R+D o la producció.

Tot i aquesta tradicional mancança de dades quantitatives que expliquin l'impacte econòmic del disseny sobre l'empresa pocs han estat els investigadors que des de finals de la dècada dels '80 i durant tota la dècada dels '90 han endegat projectes de recerca encaminats a obtenir un millor coneixement del comportament del disseny i del seu impacte en el desenvolupament econòmic.

En aquest àmbit, i en aquest període, cal ressaltar l'esforç i dedicació de determinades persones o equips de treball que han estudiat i analitzat el tema de l'impacte econòmic del disseny en l'empresa i en l'economia, i que n'han difós els resultats obtinguts. En aquest sentit, cal destacar la tasca desenvolupada pel *Design Innovation Group*, V. Walsh, J.H. Hertenstein i M.B. Platt, el *Groupe Bernard Julhiet*, G. Gemser, F.A. Roerdinkholder, J. Montaña i I. Moll, el *Centre for Economic Forecasting*, el *Design Council*, Brigitte Borja de Mozotta, .... als que s'hi podrien afegir altres autors que han investigat temàtiques complementàries<sup>3</sup> a l'impacte econòmic del disseny.

Aquests treballs permeten de detectar pautes de comportament, però no aconsegueixen proveir resultats absoluts. Tot fa pensar que aquests projectes no van aconseguir el

---

<sup>1</sup> Robin Roy és *Senior Lecturer in Design* a la Facultat de Tecnologia de la Open University (Regne Unit). El 1979 va fundar el Design Innovation Group.

<sup>2</sup> Vegeu Christopher Lorenz, *The Design Dimension* (Oxford and New York: Basil Blackwell, 1986); James Pilditch, *Winning Ways* (London: Harper and Row, 1987).

<sup>3</sup> Kotler & Rath, *Design: a powerful but neglected strategic tool*, EUA, 1984; Hart & Service, *The effects of managerial attitudes to Design a company performance*, GB, 1988; Hart & Service, *Design orientation and market success*, GB, 1988; Svengren, *Industrial Design as a Strategic Resource*, Suècia, 1995; Arbonies, *Product Design and the role of external Design consultants*, Espanya, 1996.

---

suficient recolzament econòmic per a continuar avançant i assolir nous nivells de coneixement.

En aquests darrers anys, amb l'impacte que la globalització i la conseqüent transformació del sistema productiu han començat a tenir en l'economia, s'ha reactivat l'interès pels espais que poden aportar alternatives als nous escenaris que cal afrontar. En aquest marc, el disseny juntament amb la innovació i la creativitat s'han convertit en referents per avançar-hi. El primer indicatiu d'aquesta nova situació el dona l'interès demostrat per les administracions i el sector empresarial de determinats països europeus per afavorir l'estudi i la recerca entorn del comportament de l'espai disseny.

Els treballs que presentem en aquest **TdeD** són una mostra del que fan alguns països europeus i, també, Catalunya per mesurar el que aporta el disseny al conjunt de llurs economies o en alguna de les seves parcel·les. Es pot constatar que, malgrat els esforços meritoris que representen els estudis que publiquem i la utilitat que sens dubte tenen, no són més que un primer pas vers el reconeixement públic del paper que realitza el disseny en els diversos àmbits de la societat actual. Amb tot, aquest primer intent ens ha d'estimular a fer tots els esforços que calguin per demostrar la importància que té situar el disseny entre els elements decisius de l'economia productiva.

Així mateix, aquests treballs aporten dades quantitatives, reflexions conceptuals, suggeriments i metodologies que ajuden a conèixer el paper econòmic que desenvolupa el disseny i, al mateix temps, posen de manifest que:

- Existeixen problemes entorn a la definició del disseny: continua la dicotomia entre el disseny entès des d'una perspectiva lligada a l'estètica i el disseny entès des d'una perspectiva vinculada a la innovació. Així mateix, falta encara definir els límits del disseny en el marc del procés de producció.

- L'ús del disseny des d'un punt de vista estrictament estètic ja no representa una avantatge comparativa per a les empreses perquè és una estratègia àmpliament utilitzada. Altrament, l'ús del disseny des del punt de vista de la innovació obre un nou espai de diferenciació dels productes de les empreses, tot incrementant les seves vendes i millorant els seus resultats.
- No hi ha una metodologia consolidada que faciliti l'avaluació econòmica del disseny. Manca la configuració d'indicadors que permetin determinar els impactes econòmics específics del disseny sobre les empreses i l'economia i es troba a faltar una base de dades que possibiliti la quantificació i l'evolució del disseny.
- No queda clar si l'impacte quantificat del disseny sobre la competitivitat de les empreses és fruit de la seva incidència per se o si hi ha hagut altres elements que n'han condicionat els resultats.

Els articles que es recullen en aquest TdeD representen els camins que s'estan seguint actualment en els països europeus en l'espai "Disseny i Economia". Alhora, s'ha incorporat una visió indirecta del pes del disseny a determinats sectors econòmics de Catalunya. Aquests articles permeten fer-se, doncs, una idea de l'abast de la utilització i del pes econòmic del disseny.

Anders Krezschmar ha dirigit l'estudi organitzat pel Centre Danès de Disseny en col·laboració amb Advice Analyse, I&A Research. Aquest estudi ha comptat amb la participació d'Anders Holm i Bella Markmann, de la Universitat de Copenhaguen, i té per objectiu iniciar la creació d'una base de dades sobre els efectes econòmics del disseny tot prenent com a referent l'economia danesa.

El treball parteix de la hipòtesi que no existeix cap estudi que presenti una perspectiva completa dels paràmetres econòmics relacionats amb el disseny i,

---

conseqüentment, pretén establir una plataforma metodològica per avançar-hi.

L'estudi, que analitza els efectes econòmics de l'aplicació del disseny, es basa en 1.017 entrevistes telefòniques a empreses privades daneses d'un mínim de 10 treballadors, amb la voluntat d'examinar:

- La inversió total en disseny.
- El rendiment dels ingressos bruts, l'evolució de la contractació i l'augment de les exportacions en relació amb el volum de negoci a les empreses daneses que tenen un mínim de 10 treballadors.
- Les diferències en termes d'ingressos bruts, ocupació i exportacions entre les empreses que adopten un plantejament integral vers el disseny i aquelles que no apliquen el disseny en cap sentit.

Les conclusions del treball indiquen una correlació ben clara entre l'ús del disseny i l'èxit econòmic que obtenen les empreses, que al seu torn aporten uns beneficis al conjunt de la societat. Es tracta d'una correlació tan evident que no es pot passar per alt ni posar en qüestió. La correlació és especialment notable en aquelles empreses que adopten un plantejament integral pel que fa al disseny.

Premsa ens ofereix els resultats assolits amb l'estudi sobre *El paper del disseny en l'economia dels Països Baixos*, tot posant de manifest que:

- L'impacte creixent que el disseny té en l'economia es deu al comportament de la societat, que cada cop valora més l'estil de vida, la facilitat d'ús i l'experiència de qualitat dels productes, així com al fet que aquesta disciplina contribueix en gran mesura al desenvolupament dels nous serveis i béns actuals.
- El disseny és una professió que requereix un ús intensiu de treballadors altament qualificats. En

aquest sentit, la seva aportació al mercat laboral intensiu en coneixements és molt valuosa. Aquest nivell professional d'ocupació es troba molt vinculat al context de l'economia creativa occidental actual, difícil de transmetre a altres regions.

- Les empreses que apliquen les innovacions en disseny com a *innovacions no tecnològiques* experimenten increments més grans de la seva quota de mercat que les empreses que no ho fan.
- A les regions on tradicionalment el disseny ha mantingut un espai preponderant, les àrees especialitzades del disseny acostumen a créixer a un nivell superior que la demanda local d'aquest, la disponibilitat d'institucions docents i de centres de formació, i a l'exercici real de la professió a la regió. Això fa que la tendència a satisfer les necessitats dels mercats nacionals i internacionals hagi substituït la dependència que hi podia haver anteriorment al mercat local. Per tant, l'èxit del disseny en el context d'aquestes regions depèn de la recerca de clients i de l'explotació dels mercats de fora de la regió, preferentment a l'estranger.

El disseny influeix directament i d'una forma considerable en el procés d'innovació i pot potenciar la competitivitat d'un país fora de les seves fronteres, contribuir a desenvolupar el mercat internacional, garantir moltes oportunitats laborals als treballadors altament qualificats i generar un increment del valor afegit dels productes. David Kester ha dirigit el programa de recerca impulsat pel Consell del Disseny amb la finalitat d'analitzar els efectes de la inversió en disseny en l'evolució de les empreses del Regne Unit que cotitzen en borsa.

El fet que el Regne Unit tingui una capacitat en disseny que situa el país a l'avantguarda en experiència global, és ben conegut. Però, perquè el disseny s'apliqui a les empreses cal que augmenti la confiança en les seves potencialitats i la precisió en la mesura de les

---

seves aportacions. Les empreses han de justificar les inversions que fan en totes les activitats comercials, i han de mesurar-ne les repercussions concretes sobre la productivitat i la rendibilitat.

Aquest estudi vol establir, també, uns mecanismes objectius i globals per identificar les empreses usuàries actives i efectives de disseny, així com comparar-ne els resultats globals amb els de les altres empreses que cotitzen en borsa, tot ampliant, així, la forma d'entendre la inversió i el valor de capitalització de les empreses.

Les conclusions de l'estudi indiquen que les empreses que apliquen el disseny amb eficàcia superen les altres. Existeix, doncs, una relació directa entre l'aplicació efectiva del disseny per part de les companyies i l'augment del rendiment del preu de les accions i, conseqüentment, en l'increment dels beneficis per part dels accionistes.

Jordi Berrio ens introdueix en l'experiència d'Irlanda, un país petit que en els darrers anys amb l'ingrés a la Unió Europea, i els ajuts que n'ha rebut ha realitzat una veritable revolució en la seva estructura productiva. La indústria i els serveis s'han convertit en els principals components del producte nacional brut d'aquest país i el sector primari, com a tots els països desenvolupats, ha passat a la 3a posició tant en termes de força de treball ocupada com de riquesa creada.

En aquest marc, i tot centrant-se bàsicament en el disseny industrial, l'article dibuixa un model de possibles polítiques de promoció del disseny en el qual es manifesta reiteradament la seva importància en el desenvolupament de la producció. Paral·lelament, es destaca el poc interès i, fins i tot, la malfiança que fins ara han demostrat els industrials irlandesos respecte el disseny i els professionals que s'hi dediquen. Aquest fet s'explica pel poc volum de negoci que han assolit les empreses en aquest país.

Aquest article ens mostra, doncs, com un país que inicia la seva aventura industrial molt tardanament en comparació amb la majoria dels que formen la Unió Europea arriba, *per se*, a les mateixes conclusions respecte del disseny que els països que van iniciar la industrialització molt abans.

*El disseny a l'empresa finlandesa* recull els resultats obtinguts a partir de l'enquesta dissenyada i realitzada l'any 2002 per Designium (Nou Centre d'Innovació en Disseny de la Universitat d'Art i Disseny d'Hèlsinki) i dirigida pels professors Sampsa Piira i Juha Järvinen per encàrrec de l'Agència Nacional de Tecnologia de Finlàndia.

Els objectius de l'estudi són aportar una perspectiva de l'estat actual del disseny a la indústria finlandesa, realitzar una recollida exhaustiva de dades quantitatives sobre el sector del disseny d'aquest país i de l'aplicació que en fan les indústries i crear uns qüestionaris que permetin supervisar i ampliar els estudis sobre el desenvolupament del sector del disseny.

L'article s'esforça per superar la visió de disseny com simple *acabat estètic aplicat al final del procés de fabricació*, per integrar-lo plenament al procés de producció i distribució. Aquest treball, que utilitza l'enquesta d'opinió com a base metodològica per obtenir informació (no s'han recollit mai dades quantitatives sobre els serveis de disseny que ofereixen les empreses dedicades al disseny, sobre les seves operacions o les repercussions en les activitats dels seus clients), és el primer estudi en profunditat que s'ha fet a Finlàndia en aquest sentit. L'article posa de manifest el pes de la dimensió empresarial i dels sectors econòmics (metall, tèxtil i alimentari) com a variable directament lligada al consum de disseny i s'esforça a superar la visió del disseny com un simple *acabat estètic aplicat al final del procés de fabricació* i a integrar-lo plenament al procés de producció i distribució.

---

El professor Josep Tresserras ens parla del disseny industrial com a factor clau per a la innovació i competitivitat de les empreses espanyoles i, especialment, les catalanes, tot ressaltant-ne la seva importància estratègica i suggerint la conveniència d'aconseguir un coneixement i una cultura del disseny de producte i d'innovació més compromesa i assolida per la societat en general. Aquests són aspectes clau en un període en què el teixit industrial s'enfronta als reptes de la globalització.

Per altra banda, Tresserras incorpora l'anàlisi de l'estudi *Èxit de Mercat i Disseny* promogut pel CIDEM, el qual a partir del comportament d'un conjunt d'empreses amb èxit del teixit industrial català observa i valora la presència del disseny i la innovació com a factors rellevants dels seus resultats.

D'una manera imaginativa Xavier Ferràs ens introdueix al disseny a través de l'envàs i l'embalatge (*packaging*), un sector transversal amb un pes molt important en les economies actuals i en el que el disseny hi té una presència clau. L'autor situa el *packaging* i, conseqüentment el disseny en el context de l'economia catalana.

Aquest article mostra com les tendències de la indústria, en el nostre entorn macroeconòmic, van en la direcció

de concentrar cada cop més el valor percebut pel mercat en els extrems de la cadena productiva. És a dir, que seran cada vegada més les actuacions de principi i fi (recerca, desenvolupament, disseny, personalització, logística i màrqueting) les que acumularan major valor (generalment, majors marges) i que, per tant, el disseny ampliarà el seu paper en aquest procés.

Per altra banda, l'autor remarca que en un entorn que tendeix a l'excés d'oferta de béns, les empreses optaran, cada cop més, per estratègies de diferenciació dels seus productes, basades en la qualitat, la funcionalitat, el valor de marca i les característiques tècniques i/o estètiques.

Finalment, cal esmentar que de les aportacions fetes en aquests darrers temps, i que aquest número de **TdeD** en reflecteix les conclusions principals, se'n dedueix que el disseny vinculat al procés d'innovació és un instrument estratègic molt important a l'hora d'afavorir la competitivitat de les empreses i d'incidir sobre el comportament dels sectors econòmics. També se'n desprèn que el sector del disseny, malgrat que ha començat a transmetre la seva personalitat i la seva vàlua, es troba encara en una fase inicial de desenvolupament com a sector econòmic en la majoria de països. Impulsar-ho, però, demana una major complicitat de les administracions i de les organitzacions empresarials.